

kat soll dem Publikum sagen, daß die Citroën-Ole in Dosen von drei verschiedenen Größen verkauft werden, von denen jede, entsprechend den drei Typen der Wagen, für eine Strecke von 100 km bemessen ist. Eine in drei Farben dreimal wiederholte Figur: gelb, schwarz, rot. Im Aufbau dieser drei geometrischen Figuren, den kreisförmigen Reifen, den dreieckigen Mänteln und den rechteckigen Büchsen, liegt ein graphisches Können von unerhörter Wirkung. Und obgleich der Entwurf bis zum Äußersten stilisiert ist, ist er doch so eindeutig, daß ihn auch der einfachste Passant sofort versteht. Als dieses Plakat in Paris erschien, konnte sich an seiner Seite kein anderes gleicher Größe behaupten, so ungeheuer war seine Schlagkraft.

Bei dieser Gelegenheit muß man feststellen, mit welch gutem reklametechnischem Verständnis Loupot die schwierigsten Ideen graphisch in der einfachsten Form zum Ausdruck zu bringen weiß. Mit ein paar einfachen geometrischen Linien spricht er in einer Eindringlichkeit zum Publikum, die nicht nur auf dessen Empfinden, sondern auch auf seinen Verstand wirkt. So war es z. B. bei dem Plakat für den Feuerlöscher »Stop Fire«, dessen Schlagwort lautete: »Der kleinste Löscher — die größte Löschkraft«. Obgleich der Entwurf hier weniger kompliziert, weniger schematisiert ist (dieses Plakat entstand übrigens vor den beiden anderen), ist das Schlagwort einfach meisterhaft interpretiert. Das große Dreieck, das das Schwerpunktgewicht des Plakates bildet, stellt den Feuerlöscher in seiner typischen, klassischen Form dar. Vielleicht hätte es Loupot vermeiden sollen, diese große grüne Figur einzufügen, die der Ausgeglichenheit des Aufbaus ein wenig schadet, aber bestimmt ist dies auf Wunsch des Bestellers geschehen.

Zum Schluß möchte ich noch von seinem Plakat für die Internationale Kunstgewerbe-Ausstellung in Paris sprechen. Die durchaus einfache Idee ist folgende: Eine goldene Rose, das Kunstwerk symbolisierend, entsteigt einem Komplex roter Fabrikgebäude zwischen zwei dichten schwarzen Rauchschwaden. Vielleicht sind diese Rauchschwaden etwas zu dicht, zu schwarz: Aber dieser Kontrast läßt die goldene Rose doppelt entzückend erscheinen. Es ist hier dem Künstler ganz besonders gut gelungen, den Gegensatz zwischen den groben Produkten der Industrie und der Zartheit künstlerischer Erzeugnisse bildmäßig zum Ausdruck zu bringen.

Ich hätte hier gern noch neuere Plakate von

selon la puissance de la voiture. Triple silhouette magistrale en trois couleurs: jaune, noir, rouge. Il y a dans l'équilibre des figures géométriques, pneus circulaires, manteaux triangulaires, et bidons rectangulaires, une force graphique d'un effet colossal. Et, bien que le dessin soit stylisé à l'extrême, il est parfaitement et immédiatement compris par le plus simple des passants. Je puis affirmer que lorsque cette affiche a été posée dans les rues de Paris, aucune autre affiche de dimensions analogues ne pouvait résister au voisinage de celle-ci tant elle avait de puissance et d'attraction.

Il faut noter à ce propos avec quel sens publicitaire aigu, Loupot a su traiter graphiquement des idées assez difficiles à exprimer d'une façon simple. On peut dire vraiment qu'il a su faire tenir en quelques lignes géométriques simples tout un raisonnement destiné à frapper non seulement la sensibilité du passant mais aussi son cerveau.

Il en est de même pour cette affiche destinée à l'extincteur Stop-Fire dont l'argument de vente était: le plus petit extincteur, le plus grand éteignoir.

Ici, bien que le dessin soit plus compliqué, moins schématisé (cette affiche est d'ailleurs antérieure aux deux autres), l'argument est représenté de façon magistrale. La grande tache triangulaire qui forme la silhouette centrale du tableau, représente le grand éteignoir, dans sa forme typique et classique. Peut-être Loupot aurait-il pu éviter de placer ce grand personnage vert qui nuit un peu à la rectitude de la composition, mais il l'a fait sans doute à la demande de l'annonceur pour rendre plus compréhensible son image.

Je veux parler enfin de l'affiche réalisée pour l'exposition française des Arts Décoratifs. L'idée, toute simple, est celle-ci: une rose d'or symbolisant l'œuvre d'art, se dégage de l'usine rouge entre deux immenses torsades de fumée noire. A la vérité ces panaches de fumée sont peut être un peu trop épais, trop noirs. Mais la rose d'or, par contraste, apparaît très pure, très précieuse et en juxtaposant ainsi la grossièreté de l'industrie et la finesse des produits qu'elle fournit, Loupot a remarquablement symbolisé l'idée exprimée par le texte: »Exposition des Arts décoratifs et industriels modernes«.

J'aurais voulu pouvoir vous présenter des affiches plus récentes de Loupot. Malheureusement il est très difficile de s'en procurer. Malheureusement aussi toutes les maquettes charmantes qu'il crée dans son atelier du Boulevard de Clichy ne